

TRABAJO FINAL VISITA INTERNACIONAL SERVIENTREGA

JULIETH MARCELA DIAZ  
CODIGO 341819  
MAURICIO ALEJANDRO MATEUS  
CODIGO 341888

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA  
FACULTAD DE ECONOMIA  
PROGRAMA ESPECIALIZACION EN ADMINISTRACION FINANCIERA  
BOGOTÁ  
2019

TRABAJO FINAL VISITA INTERNACIONAL SERVIENTREGA

JULIETH MARCELA DIAZ  
CODIGO 341819  
MAURICIO ALEJANDRO MATEUS  
CODIGO 341888

Trabajo de grado para adoptar el título de  
Especialista en Administración Financiera

Docente:  
Andres Paz Ortega  
Ps. M.Cs. Discapacidad e Inclusión social

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA  
FACULTAD DE ECONOMIA  
PROGRAMA ESPECIALIZACION EN ADMINISTRACION FINANCIERA  
BOGOTÁ  
2019



## Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)

La presente obra está bajo una licencia:

**Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)**

Para leer el texto completo de la licencia, visita:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/co/>

### Usted es libre de:



Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra

hacer obras derivadas

### Bajo las condiciones siguientes:



**Atribución** — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



**No Comercial** — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

## Tabla de Contenido

PLANTEAMIENTO DE LA PREGUNTA ORIENTADORA .....	5
ABSTRAC.....	6
OBJETIVOS.....	7
VALOR AGREGADO.....	9
REFERENCIAS.....	14

## PLANTEAMIENTO DE LA PREGUNTA ORIENTADORA



- Expansión global.
- ¿Cómo SERVIENTREGA se ha logrado mantener durante 37 años?

## **ABSTRAC**

In the business world, the models have to be followed by established companies and entrepreneurs, they are transforming, the models are much more dynamic and short-term. These models must be managed with a very broad view of the market, in which the companies are located, in order to find the possibilities that make a difference with respect to the competition. When we refer to a broad vision, we mean that it should cover the financial, administrative and operational aspects. All gear must work like a Swiss watch, that is, with perfect synchrony. In the visit we were able to observe the importance of having a market, but care must be maintained, and the most important thing must be expanded. With the help of tools such as the opening of new products different from our original line.

En el mundo los de negocios, los modelos a seguir por parte las compañías ya establecidas y los emprendedores, se están trasformando, a modelos muchos más dinámicos y de corto tiempo. Estos modelos deben ser manejados con una visión muy amplia del mercado, en el que se encuentran las compañías, para poder encontrar posibilidades que marquen la diferencia con respecto a la competencia. Cuando nos referimos a una visión amplia, queremos decir, que esta debe abarcar lo financiero, administrativo y operacional. Todo engranaje debe funcionar como un reloj suizo es decir con perfecta sincronía. En la visita realizada pudimos observar lo importante de tener un mercado, pero cuidado se debe mantener, y lo más importante se debe ampliar. Con la ayuda de herramientas como lo son la apertura de nuevos productos diferentes a nuestra línea original.

## OBJETIVOS

- ❖ Valor Agregado.
- ❖ Sostenibilidad.
- ❖ Visión
- ❖ Alianzas.



## SERVIENTREGA RESEÑA



- ❖ Visión del mercado al que pertenece: “Queremos que Servientrega sea un modelo de empresa innovadora, líder en servicios de logística y comunicación, por seguridad, oportunidad y cubrimiento en América, con presencia competitiva a nivel mundial.”
- ❖ Flota terrestre de más de 2.000 vehículos, flota de aviones propia.
- ❖ Alianzas estratégicas: DIMONEX, EFECTY, SERVIENTREGA INTERNACIONAL, TOTAL SEGUROS. Etc.
- ❖ 37 años de experiencia, líder en servicios de logística.



## VALOR AGREGADO

- ❖ La compañía SERVIENTREGA tiene en el mercado 37 años, y ha logrado sostenerse frente a grandes competidores. Si lanzamos una pregunta que puede parecer absurda, sería ¿A qué se dedica SERVIENTREGA? La respuesta sería al traslado de encomiendas, respuesta un poco limitada. Pero entonces ¿cuál es valor agregado? Esto se respondería con la transformación de nicho de mercado inicial en donde ahora se ha volcado al E-COMERCE, a transformarse en el departamento logístico de una compañía sin pertenecer a esta, a encontrar los puntos débiles de la competencia. Nombrando algunas.
- ❖ El E-COMERCE o comercio electrónico es un negocio relativamente nuevo y de mucho potencial, lo que observamos en la visita es como cualquier persona que tenga una iniciativa productiva puede enfocarse en su idea y dejar toda la parte de distribución y logística a SERVIENTREGA. Los puntos débiles en otras compañías es el cubrimiento de la operación en su totalidad y el acompañamiento desde el embalaje diferenciado de producto hasta su envío.
- ❖ Servientrega ha logrado posicionarse en el mercado logístico con ayuda de publicidad, flotas de última tecnología e instalaciones que permiten la entrega óptima de los productos.
- ❖ Objetivos multitarget.



## SOSTENIBILIDAD

Para ser una empresa competitiva, ahora no solo son relevantes las mediciones en los rendimientos económicos, si no los resultados obtenidos en la medición de sostenibilidad. Los enfoques en esta compañía son:

- Crecimiento Rentable: (Manejo Eficiente de Recursos, Garantía liquidez y sostenibilidad económica).
- Promesa de Servicio: (Desarrollo e Innovación, mejorando procesos).
- Gente de Sangre Verde. “La responsabilidad social empieza en casa”.
- Cadena Responsable: (Cadenas de suministro a quienes operan y realizan actividades por y en nombre de la compañía).
- Operación Verde (Fomento e cultura eco-rresponsable).
- Contribución al tejido Social. (Fomento de emprendimiento y cultura solidaria dentro de la compañía).



## VISION

“Queremos que Servientrega sea un modelo de empresa innovadora, líder en servicios de logística y comunicación, por seguridad, oportunidad y cubrimiento en América, con presencia competitiva a nivel mundial.”



## ALIANZAS

- ❖ Las Alianzas estratégicas luego de un previo análisis son fundamentales en el desarrollo competitivo y de costos.
- ❖ Alianzas estratégicas de SERVIENTREGA: DIMONEX, EFECTY, SERVIENTREGA INTERNACIONAL, TOTAL SEGUROS. Etc.



## CONCLUSIONES

- ❖ Siempre se debe tener claro, en que posición se encuentra en el mercado tanto para clientes como para la competencia.
- ❖ Diversificación de productos distintos a los pertenecientes al nicho de mercado inicial.
- ❖ Siempre ir de la mano de la comprensión de la sostenibilidad y la huella social.
- ❖ Siempre y no negociable mantener una Ética total.
- ❖ Soporte diferencial al cliente sin costo adicional.
- ❖ Soluciones digitales amigables y de fácil uso.
- ❖ SERVIENTREGA tiene como principales características: Efectividad, cumplimiento, e información acertada.

## REFERENCIAS

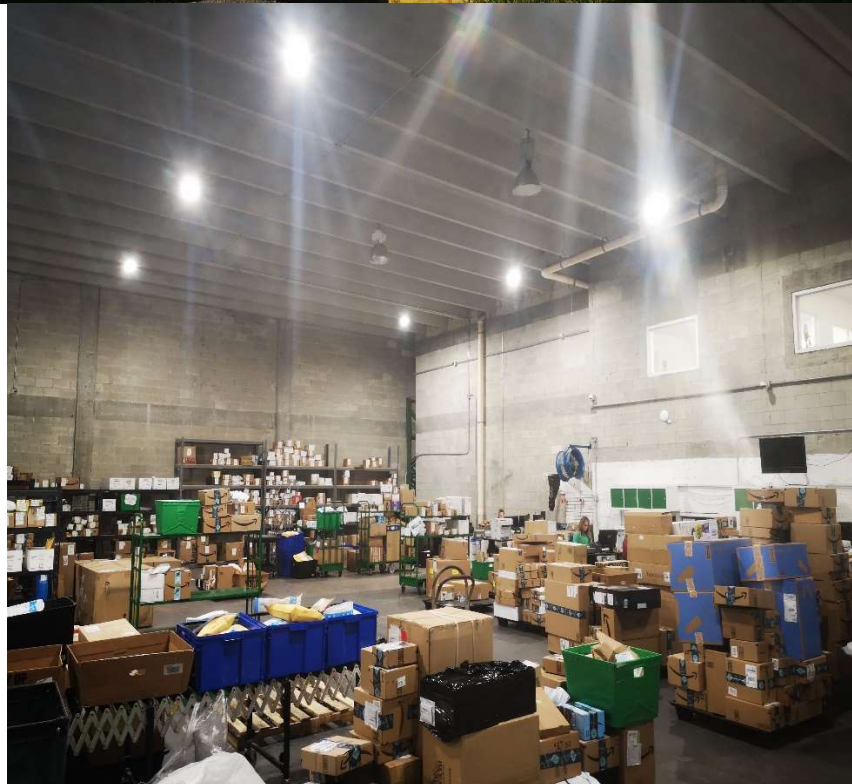
En las referencias queremos resaltar los aspectos recogidos en las visitas realizadas y que son muy homólogos al caso SERVIENTERGA.

- I. Foundation Center (Filantropía: devolver a la sociedad como agradecimiento parte de las ganancias recibidas).
- II. ONU: (Conciencia de la vida de otras personas).
- III. Consulado Colombiano: ( Apoyo a los nuestros)
- IV. Museo de Historia Natural: (Debemos conocer muy bien la compañía para no repetir errores del pasado).
- V. Universidad de San Ignacio MIAMI: (Tener siempre una constante visión estratégica y saber que necesidad se presenta en el mercado).
- VI. Conferencia Marketing (Que le pasa al cocodrilo que se duerme ,,,,,, se convierte en cartera. La mayoría de las veces el miedo y desconocimiento acaban con todo).
- VII. Nice Rent a Car: Faces de su negocio (Año1: Invertir y aprender, Año 2: Comparación ente meses, Año 3: Reconocimiento. Uso de las 5 P's del marketing: Producto, Personas, Precio, Plaza y Promoción

## REPOSITORIO FOTOGRAFICO DE VISITA

[INICIO](#)[SOLUCIONES](#)[NOSOTROS](#)[RASTREOS](#)[BLOG](#)[UBÍCANOS](#)[CONTÁCTENOS](#)[INICIO](#)[SOLUCIONES](#)[NOSOTROS](#)[RASTREOS](#)[BLOG](#)[UBICANDS](#)[CONTÁCTENOS](#)



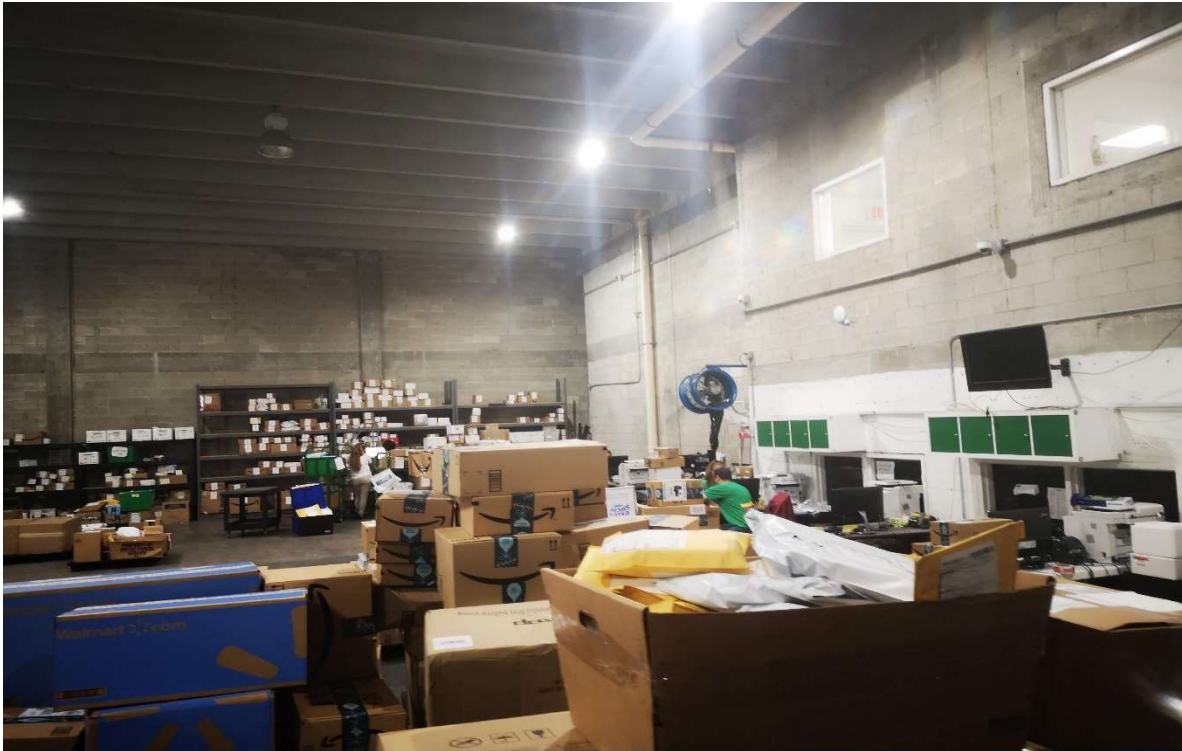












## BIBLIOGRAFIA

1. <https://candid.org/about>
2. <https://servientrega.us/>
3. [https://drive.google.com/drive/folders/1\\_tmytVE8UOOtwYMni28OSzQBZcurAnTT](https://drive.google.com/drive/folders/1_tmytVE8UOOtwYMni28OSzQBZcurAnTT)
4. <https://www.google.com/search?q=e-commerce+que+es&oq=e-coerce&aqs=chrome..69i57j0l5.5584j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
5. <https://www.servientrega.com/wps/portal/Colombia/servientrega/nuestra-misi3n>.
6. <https://www.google.com/search?q=5+pes+admisnitraci3n+de+empresas&oq=5+pes+admisnitraci3n+de+empresas&aqs=chrome..69i57j33.13427j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8>